

# UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

## FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Ganjil Tahun 2011/2012

### **Strategi *Public Relations* Melalui *Social Media* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* PT Travel Helper Worldwide**

**Claudia Intan Permata Manoppo 1100052730**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah agar pembaca memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi *Public Relations* terkait dengan penanganan *social media* untuk tujuan mencapai *brand awareness* perusahaan juga dapat mengidentifikasi hambatan yang timbul dalam pelaksanaannya serta menjabarkan solusi atas masalah masalah tersebut. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif-kualitatif menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah. Peneliti harus terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Hasil yang dicapai penulis dalam penelitian ini adalah dalam upaya perusahaan meningkatkan *brand awareness*nya, berbagai strategi komunikasi dibutuhkan, antara lain melalui *social media*. Dalam hal ini, *Public Relations* PT Travel Helper Worldwide mengisi konten *social media* yakni *Twitter* dan *Facebook* perusahaan dengan informasi informasi berguna seperti tips perjalanan juga kultur dan lingkungan mencakup tujuan tujuan perjalanan wisata sasaran konsumennya. Saran penulis sebagai peneliti bagi perkembangan perusahaan selanjutnya adalah dengan mengadakan *strategic meeting* secara berkala untuk mendapat masukan dari kepala departemen, dengan sendirinya membuat semua pihak internal perusahaan berperan aktif dalam pengembangan strategi komunikasi perusahaan. Diharapkan juga, *marcomm* mulai menyusun *budget plan* promosi demi menciptakan *buzz* melalui *social media*.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, *Social Media*, *Brand Awareness*